

Organisme de formation dans le médico-social

Annonce V92704 mise à jour le 29/09/2026

Description générale

Fiche d'identité de la société

Forme juridique	SASU
Localisation du siège	Gironde

Résumé général de l'activité

Organisme de formation dans le médico-social.

Elle propose diverses thématiques de formation :

- Gestion du stress.
- Sexualité des personnes âgées et handicapées.
- Bien comprendre le vieillissement pour mieux l'accompagner.
- Gestion des situations à risque de maltraitance.
- Bien accompagner les personnes dans les actes quotidiens.
- Comment bien vivre la fin de vie ?
- Dépistage, prévention et traitement des situation de dénutrition.
- Projet d'accompagnement personnalisé (« PAP ») en EPHAD ou à domicile.
- Accompagnement des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou maladies apparentées.

L'entreprise est certifiée Qualiopi, mettant en avant la qualité de ses formations.

Les formations se font directement dans les locaux du client, la cheffe d'entreprise amenant ses supports et les partageant aux stagiaires avec des clés USB.

Au niveau de la durée, elles durent entre 1 et 2 jours et sont facturées 1 300 € TTC la journée (les frais de déplacement peuvent également être facturés). Le nombre moyen de stagiaires est de 9 par formation.

Éléments chiffrés

Année de référence	2025
Dettes financières	8 k€
Trésorerie nette	42 k€

En k€/année	2023	2024	2025	2026
CA	70	80	80	80
Marge brute				
EBE	5	5	15	45
Rés. Exp.	15	10	20	25
Rés. Net	20	10	20	20
Salariés	1	1	1	1

Positionnement concurrence

Positionnement par rapport au marché

L'entreprise possède une expertise reconnue sur la formation liée à l'environnement médico-social.

Cette expertise provient notamment de l'expérience et du réseau de la Présidente qui a porté seul le développement de l'organisme de formation.

D'un point de vue technique, elle est également reconnue par l'obtention de la certification Qualiopi et la mise en place d'un processus de qualité.

De même, l'entreprise intervient directement dans les entreprises, lui permettant d'avoir une zone de chalandise relativement large (aujourd'hui qui s'étend à toute la Gironde).

Cette expertise lui permet d'afficher des tarifs relativement élevés.

Concurrence

La concurrence est représentée par les autres centres de formation bordelais, tous de taille plus importante que la cible au vu du nombre de formateurs.

Points forts

La clientèle de l'entreprise est composée de professionnels liés au secteur médico-social.

Il s'agit notamment d'entreprises proposant des aides à domicile, d'EPHAD, mais également des indépendants (infirmières libérales, aides à domicile, ...).

Au niveau de la répartition, la clientèle est représentée par 90% de stagiaires dans le secteur des aides à domicile et 10% liés aux EPHAD.

Au fil des années, la société a su nouer des partenariats solides avec certaines entreprises.

Au niveau de la politique commerciale, la société dispose d'un site internet à jour et complet recensant l'historique de la société, ainsi que toutes les prestations possibles et un onglet de mise en relation.

La cédante anime également une page LinkedIn où elle publie les différentes formations proposées et les groupes de stagiaires.

Enfin, la notoriété de l'entreprise est également mise en avant sur Google avec 647 avis au 20/02/2026, tous 5 étoiles sur 5. Cela permet de relayer la qualité des formations via la visibilité numérique de l'entreprise. De même, le bouche-à-oreille est également un moyen d'apports d'affaires non négligeable pour la structure.

Points faibles

Développer le temps de formation : à ce jour, l'entreprise est portée par la Présidente seule, qui effectue environ 60 jours de

formation par an. Cela met en avant un temps de formation largement sous-exploité (notamment du fait de la proximité de la retraite pour la gérante) qu'il conviendra de développer.

Lancement d'une politique commerciale active : si l'entreprise est bien référencée et communique sur les bons canaux, il s'agit d'une méthode passive. En effet, il n'y a, à ce jour, aucune prospection et communication active mises en place. Au vu de la forte notoriété de l'entreprise et de son expertise confirmée, la mise en place d'une communication active et d'un réseau de partenaires permettra de développer le volume d'activité, notamment au niveau des libéraux et des indépendants (pour diminuer la dépendance aux entreprises dans la clientèle).

Infos sur la cession

A propos de la cession de cette entreprise

Type de cession envisagée	Majoritaire
Raison principale de cession	Départ à la retraite
Prix de cession	563 k€

L'immobilier n'est pas compris dans la cession.

Profil de repreneur recherché

Profil recherché	Personne physique ou morale ou fonds d'investissement
Apport en fonds propres minimum pour se positionner sur ce dossier	25 k€